



新闻传播中的明星隐私权侵犯问题探析

柯锦煌 厦门大学新闻传播学院

[摘要]新闻传播过程中媒体对明星隐私权的侵犯,是一个在实践中屡见不鲜而又较难解决的问题。本文对媒体曝光明星的隐私这一行为是否合理进行了学理上的探讨,并提出了保护和限制明星隐私权的相关建议。

[关键词]新闻媒体 明星 隐私权

作者简介:柯锦煌,男,单位:厦门大学新闻传播学院,身份:08级新闻学硕士研究生。

一、作为公众人物的明星及其隐私权

公众人物(public person)亦称公共人物或公众形象,是在一定范围内为人们所广泛知晓和关注,并与社会公众利益密切相关的人物。[1]公众人物一词源于一个在美国新闻史上里程碑性的案例1964年沙利文起诉《纽约时报》案。在该案中,法官威廉·布伦南认为沙利文作为警长,社会地位特殊,媒体对其进行批评不构成诽谤,从而树立了“确有恶意”原则。今天,公众人物除了表示官员外,还包括声名显赫、具有广泛社会影响力的各界人物。

本文的公众人物在英文上称为称为celebrity,特指文艺界、影视界和体育界的明星。通常认为,明星的工作就是娱乐公众,给予公众消遣和享受。在人们密切关注和传媒密集报道下,明星的曝光机率远高于普通人,其隐私权在新闻传播中被侵犯的现象也更为严重。

明星的隐私权除了法律为一般公民所规定的专属性、非财产性、隐秘性和受法律保护等特点外,还有其他一些鲜明的特征:

(一)符合公众的合理兴趣。明星因其特殊的社会地位和影响,其工作和生活为人们所关注,能引起公众的广泛兴趣。特别是其私生活部分更是公众的兴趣所在。

(二)与公共利益密切相关。明星们具有广泛的知名度和社会影响力,其言行举止、着装打扮都会对全社会的道德与价值观观产生较强的示范及引导作用。

(三)与公共利益发生冲突。与公众知情权、舆论监督权的冲突是明星隐私权最为突出的特点。一方面,明星作为公民,要求其隐私权得到最大限度的保护,充分享受个人生活的安宁和个人信息的秘密;另一方面,社会知情权、个人信息知情权使得明星的工作、生活、言行都有可能成为公众知晓的内容。[2]

二、明星隐私权受侵犯的原因探究

明星隐私权在媒体中之所以屡遭侵犯,笔者认为可归结为两个方面原因:

首先,明星作为公众人物,其知名度的保持和提高是需要依靠以让渡部分个人隐私为代价而换取的。因而有关明星的隐私问题总是一个相对模糊的概念。严格说来,明星的隐私分为两种类型,一种是自己主动寻求要媒体曝光,一种是被被动地被媒体曝光。[3]一开始初出茅庐的明星急需被广为认知才能迅速走红,因此不仅不介意媒体曝光自己的私生活,甚至还主动爆料,以求得轰动效应。

其次,为广大受众提供“欲知”而“未知”的事实,是大众传媒的基本职能之一,也是大众传媒对受众知情权的尊重和维护。公众的普遍兴趣与知情权是密切相关的,当多数人对某件事情或者某个人产生想要了解、知情的愿望时,即产生了公众兴趣。但是公众兴趣也有正当和不正当两种。热衷于窥探明星的隐私就是一种不正当的兴趣。在激烈的市场竞争环境下,为了赚取受众眼球,媒体需要有能“喂饱”受众猎奇心和偷窥欲的“猛料”来填充版面。于是,部分媒体就经常通过各种非正常手段将明星私生活的喜怒哀乐、衣食住行、言谈举止、生老病死、婚姻恋爱乃至各类丑闻都公之于众,由此获得发行量的增加和收视率、点击率的提升。

这样一来,出于共同的目的就让明星和媒体形成一种“共谋”的利益关系。因此,新闻传播中明星隐私权受侵犯的现象屡见不鲜也就不足为奇。

三、“艳照门”事件明星隐私权PK公众知情权

在笔者看来,“艳照门”事件的愈演愈烈,与媒体的推波助澜不无关系。事件一开始,许多媒体不仅在版面的显要位置给予报道,策划了例如“陈冠希的十大绯闻女友”,“谁是下一位‘艳照门’女主角”等专题,更有甚者,还配发了相关的“艳照”图片,帮助读者对照片中涉及的女星进行“详细的解释”。媒体对该事件一路穷追猛打,不仅使已被曝光的女星形象扫地、正常生活受到干扰,还导致众多“疑似”女星也因此遭受牵连,无端承受着巨大的舆论压力。媒体这种出于炒作需要而罔顾明星隐私的行为,是有悖职业道德的。

一般来说,媒体基于社会公共利益或与社会公众兴趣的考虑对明星一些个人信息进行报道,并没有侵犯其个人隐私权。例如媒体以正当的采访手段对明星的衣食住行、兴趣爱好和婚姻恋爱进行关注,既是分内之职,也能满足社会公众的兴趣;对明星吸毒、赌博、打人、违反交通规则的隐私进行披露有助于限制明星们各种不良行为。在“艳照门”事件中,部分媒体通过对照片的局部处理,只将人体的重点部位小幅遮挡,而让明星当时几乎一丝不挂的身体和动作一览无遗地展示出来时,已和公众的知情权、媒体的言论自由以及忠于事件的真实性等职业操守相去甚远。这不仅是对与事件有关的明星隐私权的侵犯,更是有悖于捍卫社会公共利益的初衷。这种哗众取宠的议程设置并

不是一个对社会负责的媒体应有的行为。

四、保护与限制:明星隐私权与公众知情权的平衡

综上,隐私权作为公民的一项基本权利,体现了自由、秩序、尊严等内在价值,是公民独立人格的组成部分。无论是普通公民还是明星,其隐私权都受到法律的保护,这一点毋庸置疑。

首先,媒体应认识到“公共利益”和“公众兴趣”是有相当大区别的。“公共利益”(Public interest)是一个舶来的概念,汉语丰富的表现力将它分解为“公共利益”和“公众兴趣”两层意思。在英美法系的司法管辖区,著名大法官麦加里也认为:“公共利益”一词不应用来指“以引起公众好奇心、欢愉和惊讶的手法来吸引公众兴趣的事,而是指那些公众深切关注和有益于公众的事情”。[4]显然,这两者的内涵有交叉、也有不同。在遭遇侵犯隐私权官司时,某些媒体总会以“为了满足公众对明星私生活的知情权”为由来为自己开脱,其实这是站不住脚的。例如在“艳照门”事件中,“奇拿”将陈冠希与女星们的性爱图片公布在网上,或将之刊登在杂志上,那么“奇拿”是否会因艳照能吸引广大受众就能免除法律责任呢?答案显然是否定的。公平地说,媒体刊登公众没有正当理由关注却是他们感兴趣的明星的消息并无不妥,但是绝对不能以侵扰他人的方式来取得这些资料,也不能打扰当事人的私生活。

最后,明星也要加强自律。虽然他们成名的过程享受到了媒体宣传、支持和拥戴所带来的好处,但是谁也没有规定要获得这样的宣传、支持和拥戴就必须以牺牲个人隐私为前提,明星也不存在对媒体承担相应义务的问题。另外,在遭遇媒体对自身隐私权的侵犯时,明星们也应积极地运用法律武器捍卫自身的权利,而不要为了一时名与利的需要而忍气吞声,助长部分媒体制造噱头的不良之风。

注释

[1]陆晔,谁是“谁”公众人物、隐私、狗仔队和媒体边界,书城,2006年02期

[2]李红秀,明星隐私权的报道限度,新闻界,2004年6月

[3]徐浩然,明星、媒体和大众的“隐私”博弈,广告大观(媒介版),2006年6月

[4]徐迅,记者就在你身边,中国广播电视出版社,北京,2003年7月,P296